



Unseriöse SEO-Agenturen: Die Branche regt sich auf

Dass nicht alle Agenturen für Suchmaschinen-Optimierung (SEO) mit seriösen Methoden arbeiten, ist bekannt. Die mangelnde Seriosität kann sich dabei unterschiedlich äußern: Manche Agenturen versprechen viel, halten aber wenig. Und häufig wird bei der Umsetzung auch noch gegen Suchmaschinen-Richtlinien verstoßen.

Professionelle Agenturen ärgern sich über die Methoden unseriöser Anbieter – so sehr, dass vor einigen Tagen eine Pressemitteilung „Suchmaschinenoptimierung: die Tricks der schwarzen Schafe“ erschien, die vor genau solchen Agenturen und deren Tricks warnt.

Verfasser der Pressemitteilung ist die Agentur SUMO aus Köln, mit deren Geschäftsführer Christian Mauer wir das folgende Interview führten.

suchradar: In Ihrer aktuellen Pressemitteilung gehen Sie ja mit einigen Anbietern hart ins Gericht. Von „aggressivem Auftreten“, „unseriösen Methoden“ und „Drückermethoden“ ist da die Rede. Das sind harte Worte. Warum regt Sie das so auf? Unseriöse Anbieter gab's doch schon immer.

Christian Mauer: Das ist zwar leider wahr, aber in den vergangenen Monaten treten einige dieser Anbieter so aggressiv auf, dass wir es für wichtig halten, vor deren fragwürdigen Methoden zu warnen. Wir bekommen in letzter Zeit häufig Anrufe von kleinen und mittelständischen Unternehmen, die ein scheinbar verlockendes Angebot eines solchen Anbieters erhalten haben und sich noch weitere Angebote einholen möchten.

Diese Unternehmen haben Glück, denn hier können wir direkte Aufklärungsarbeit leisten – allerdings werden noch sehr viel mehr Unternehmen auf die Angebote hereinfließen und viel Geld bezahlen, ohne eine angemessene Gegenleistung zu erhalten.

suchradar: Ihr Interesse an diesem Thema ist ja nicht philosophischer Natur. SUMO ist schließlich direkter Konkurrent anderer – seriöser wie unseriöser – Agen-

turen. Stört es Sie nicht eher, dass unseriöse Agenturen Ihnen Kunden wegnehmen?

Christian Mauer: Nein, das stört uns nicht – wir haben überhaupt nichts gegen einen fairen Wettbewerb und würden uns nie beklagen, wenn Kunden sich für andere seriöse Anbieter entscheiden – das wäre für uns nur Ansporn, noch besser zu werden. Das Problem ist, dass diese schwarzen Schafe das Image der gesamten SEO-Branche bedrohen und bei den hereingefallenen Unternehmen verbrannte Erde hinterlassen.

Denn ein Mittelständler, der sich dem Thema SEO öffnet und einen Anbieter beauftragt, dann aber merkt, dass er tausende Euro völlig umsonst ausgegeben hat, wird sich diesem Thema voraussichtlich zunächst einmal nicht mehr widmen. Dafür ist es für den Kunden einfach zu schwer, zwischen gutem und bösem SEO zu unterscheiden – erschert dann lieber einfach alle über einen Kamm.

suchradar: Abgesehen von der BVDW-Zertifizierung, über die SUMO verfügt: Wie kann ein Unternehmen eine unseriöse Agentur erkennen? Welche Fragen sollte man stellen?

Christian Mauer: Es ist nicht einfach, eine seriöse von einer unseriösen Agentur zu unterscheiden. Fragen sollte man in jedem Fall nach Referenzen und konkreten Fallbeispielen, nach Arbeitsweisen und Erfahrungen. Eine Recherche im Internet kann auch Aufschluss bringen, mit wem man es zu tun hat – oft werden in Foren über die Methoden verschiedener Anbieter diskutiert.

Am besten man holt sich mehrere Angebote ein – dabei macht es auch durchaus Sinn, Anbieter A mal nach seiner Meinung über Anbieter B zu fragen. Und ruhig mal auf seinen Bauch hören und den gesunden Menschenverstand walten lassen – wenn man ein schlechtes Gefühl bei einem Anbieter hat und auf konkrete Fragen nur unbefriedigende Antworten erhält, dann sollte man besonders skeptisch sein.

suchradar: Welcher konkreten Gefahr setzen sich Kunden unseriöser Agenturen aus?

Christian Mauer: Im „einfachen“ Fall laufen die Kunden nur Gefahr, Geld zu verlieren – sie erhalten einfach keine nutzbringenden Leistungen und stehen nach der „Optimierung“ durch eine unseriöse Agentur genau da, wo sie vorher auch schon standen.

Schlimmer wird es, wenn die Agentur Maßnahmen ergreift, die gegen die Richtlinien der Suchmaschinen verstossen – etwa durch massenhaft automatisiert erstellte Trichterseiten, teilweise mit versteckten Inhalten oder automatischen Weiterleitungen. Dann droht im schlimmsten Fall die Auslistung aus dem Suchmaschinen-Index.

Gerade Google ist in den vergangenen Monaten sehr aktiv dabei, Seiten auszulisten, die nicht den Google-Richtlinien entsprechen. Für betroffene Unternehmen bedeutet dies, dass sie gar nicht mehr bei Google und Co auftauchen – noch nicht mal unter dem eigenen Firmennamen.

suchradar: Vielen Dank für das Gespräch.



Über den Interview-Partner

Christian Mauer ist Geschäftsführer und Mitinhaber von SUMO, verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing und PR.

Christian Mauer
SUMO GmbH
Lichtstr. 43 i
50825 Köln
Telefon: (+49) 0221 29 29 10
Fax: (+49) 0221 29 29 1 29
Email: christian.mauer@sumo.de
Webseite: www.sumo.de